

Fragen Sie die BWL!

Virtual Reality in der Unternehmensführung

VHB expert Christoph Burmann zum Einsatz von Virtual Reality (VR) aus Sicht der BWL

Der Einsatz von virtueller Realität, kurz VR, ermöglicht auf vielen Ebenen und in vielen Bereichen ein ganz neues und komplexes Erleben. Die Wirklichkeit und ihre physikalischen Eigenschaften werden in einer in Echtzeit computergenerierten, interaktiven virtuellen Umgebung dargestellt und gleichzeitig wahrgenommen. Prof. Dr. Christoph Burmann, wissenschaftlicher Direktor des markstones Institute of Marketing, Branding & Technology der Universität Bremen, stellt zum Potenzial und den Auswirkungen der VR in Unternehmen drei Thesen auf.

Große Erfolgspotenziale von Virtual Reality in der Marktbearbeitung

VR eröffnet neue Chancen zur Schaffung sehr viel intensiverer Marken- und Produkterlebnisse. Vor allem die wachsende Integration von Gaming-Elementen in VR-Anwendungen führt schnell zu Flow-Erlebnissen, einem tiefen Eintauchen in eine zweite Realität (Immersion), verknüpft mit dem Gefühl, sich auch physisch an einem anderen Ort zu befinden. Diese Erlebnisse erzeugen oft Glücksgefühle und prägen das spätere Kauf- und Kommunikationsverhalten der VR-Nutzer gegenüber den involvierten Marken sehr positiv.

Neue Einsatzfelder von VR im Internal Branding

VR-Anwendungen werden aktuell auch für das Internal Branding entdeckt, vor allem beim Onboarding, der Schulung jüngerer Mitarbeiter*innen und solcher mit kurzer Unternehmenszugehörigkeit. Große Unternehmen mit zahlreichen geografisch weit verteilten Standorten können durch VR sehr schnell viele Mitarbeiter*innen ansprechen und für ihre Marke begeistern. Vorausgesetzt, die Marke verkörpert mit ihrer Identität ebenso attraktive wie zeitgemäße Inhalte. Oft führt jedoch fehlendes Anwendungs-Know-how zu großer Zurückhaltung beim Einsatz von VR im Internal Branding. Meist ist unklar, in welchem Ausmaß VR tatsächlich langfristig positive Wirkungen entfaltet und inwieweit es eine auch ökonomisch attraktive Alternative zu klassischen Instrumenten der internen Markenführung ist. Hier wäre es wünschenswert, Werkzeuge für eine bessere Messbarkeit zu implementieren.

VR-Kosten werden in Unternehmen oft deutlich unterschätzt

Der erfolgreiche Einsatz von VR erfordert hohe Anfangsinvestitionen, denn das so wichtige Flow-Erlebnis stellt sich nur ein, wenn eine extrem realitätsnahe virtuelle Welt erschaffen wird. Hier setzen Computerspiele Maßstäbe mit eingebauter Anspruchsinflation. Dies gilt sowohl hinsichtlich der Erlebnisqualität als auch hinsichtlich notwendiger Investitionen, die schnell in den Multi-Millionenbereich wandern. Dafür können VR-Anwendungen danach schnell und kostengünstig im ganzen Unternehmen ausgerollt werden.

2.720 Zeichen inkl. Leerzeichen

--

Prof. Burmann ist einer von über [170 VHB experts](#).

Nehmen Sie Kontakt über unsere Suchfunktion auf!

Sie recherchieren zu einem anderen BWL-Thema? Den richtigen Ansprechpartner für Ihren journalistischen Beitrag finden Sie [hier](#), unter 0551-7977 8566 oder experts@vhbonline.org.

Wir freuen uns über Ihr Interesse!

Über die VHB experts

Mehr BWL-Wissen in die Medien: Um dieses Ziel zu erreichen, hat der VHB im Oktober 2020 einen ständig erweiterten und aktualisierten Pool von mehr als 170 Expertinnen und Experten aus den insgesamt 18 Fachgebieten der BWL eingerichtet. Die Expertise unserer engagierten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler wird aktiv von großen überregionalen Zeitungen wie Süddeutsche und FAZ nachgefragt. Den VHB experts begegnen Sie auch, wenn Sie uns auf [LinkedIn](#) und [Twitter](#) folgen.

Über den VHB

Der Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V. (VHB) ist mit rund 2.800 Mitgliedern eine wachsende, lebendige Plattform für wissenschaftlichen Austausch, Vernetzung und Nachwuchsförderung in allen Bereichen der BWL und darüber hinaus. Ziel des VHB ist die Förderung und Weiterentwicklung der BWL als gesellschaftlich relevante, international anschlussfähige und zukunftsweisende Wissenschaftsdisziplin. 1921 gegründet, ist der VHB heute die führende wissenschaftliche Verbandsinstitution der BWL im deutschsprachigen Raum (<https://vhbonline.org/>).

Für weitere Auskünfte

Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.

Miriam Hegner: Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation, PR

Reitstallstraße 7

D - 37073 Göttingen

Tel: +49 (0)551 7977 8566

Email: miriam.hegner@v-h-b.de

url: <https://vhbonline.org>